

Sociaal ondernemerschap (A005523)

Wegens Covid19 kan mogelijk afgeweken worden van de onderwijs- en evaluatievormen. Dergelijke afwijkingen zullen via Ufora worden gecommuniceerd.

Cursusomvang *(nominale waarden; effectieve waarden kunnen verschillen per opleiding)*

Studiepunten 5.0 **Studietijd 150 u** **Contacturen** 40.0u

Aanbodssessies in academiejaar 2021-2022

A (semester 1) Nederlands Gent

Lesgevers in academiejaar 2021-2022

Lambrechts, Wim	UH	Verantwoordelijk lesgever
Zanoni, Patrizia	UH	Medelesgever

Aangeboden in onderstaande opleidingen in 2021-2022

Master of Arts in gender en diversiteit	stptn	aanbodssessie
	5	A

Onderwijstalen

Nederlands

Trefwoorden

Sociaal ondernemerschap, sociale economie, sociale/duurzame/inclusieve business modellen, social profit

Situering

De cursus Sociaal Ondernemerschap heeft een dubbele insteek. Aan de ene kant wil dit opleidingsonderdeel de student familiariseren met sociale ondernemingen als alternatieve organisatievormen, gekenmerkt door de combinatie van een economische activiteit en een maatschappelijke finaliteit. Zoals bedrijven oefenen sociale ondernemingen een economische activiteit uit waarbij zij goederen en/of diensten produceren voor hun leden en/of een bredere groep van consumenten via de markt. Doch is, in tegenstelling tot (de meeste) bedrijven, de eerste finaliteit van deze organisaties niet winstmaximalisatie en/of kapitaalaccumulatie. Ze vervullen noden, bijvoorbeeld in de culturele, onderwijs en welzijnssector alsook in de voeding- en energiesector, op een manier dat sociale en milieukosten worden geïnternaliseerd en daardoor (lokaal verankerd) natuurlijke en humane resources op langer termijn worden bewaard. In België hebben sociale ondernemingen historisch een belangrijke rol vervuld voor tewerkstelling van kwetsbare groepen zoals mensen met een handicap en, meer algemeen, mensen met een grote afstand tot de reguliere arbeidsmarkt. Door hun specifieke doeleinden kennen sociale ondernemingen deels specifieke management- en governancepraktijken. Deze faciliteren vooral een bredere participatie in economische besluitvormingsprocessen, die de risico's anders verspreiden en daardoor solidariteit tussen actoren bevorderen (bv. tussen actoren binnen de organisatie, tussen de organisatie en de leden/de markt en tussen de organisatie, leveranciers en afneemveld). Typische vormen van sociale ondernemingen zijn coöperatieven, non-profit organisaties, beschutte werkplaatsen, enz. De prevalentie van deze vormen varieert sterk tussen nationale en zelfs regionale contexten, die historisch de maatschappelijke dienstverlening anders georganiseerd hebben via bedrijven, (gesubsidieerde) non-profit organisaties en/of publieke organisaties. De afnemende rol van de staat in het voorzien van diensten aan de burgers stimuleert het ontstaan van nieuwe vormen van sociale ondernemingen. Er ontstaan bijvoorbeeld coöperatieven die groene energie produceren en distribueren naar hun leden, coöperatieve banken, verenigingen die lokale boeren en lokale consumenten verbinden steunend op een logica van solidariteit en verkleining van de ecologische voetafdruk, co-housing projecten die de grenzen tussen privé en collectief opschuiven, enz. Ook zien we

vandaag een toenemende integratie van sociale ondernemingen in waardeketens die voornamelijk uit bedrijven bestaan. Deze (tijdelijke) samenwerkingen leiden tot zogenaamde 'hybride organisaties' die tegelijk streven om aan de logica van de markt en van sociale en ecologische doeleinden te voldoen.

Aan de andere kant benadert de cursus sociaal ondernemerschap als alternatief paradigma voor hedendaags ondernemen dat verder dan de economische logica gaat. Historisch oefenden ze een maatschappelijke functie uit, in eerste instantie via de fiscaliteit en meer rechtstreeks in hun relatie tot hun werknemers (via allerlei collectief onderhandelde voordelen) en de gemeenschappen waarin ze ingebed waren (door sponsoring, mecenaat, enz.), maar ook door kwetsbare groepen te integreren (bv. invoegbedrijven). Vandaag vragen globaal verspreide structuren en productieprocessen andere vormen van maatschappelijke engagement waarmee bedrijven legitimiteit bij een breder waaier van sleutelactoren (lokale gemeenschappen, consumenten, (potentiële) werknemers, leveranciers en klanten) trachten te verwerven. Deze legitimiteit is nodig om in het veld waarin ze opereren toegang te verzekeren tot genodigde resources. Om dit te bereiken worden niet-economische doeleinden - zowel sociale als ecologische - steeds meer opgenomen in de bedrijfsvoering, door principes zoals duurzaamheid (in de waardeketen) en Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen. De integratie van deze principes is niet onproblematisch omdat bedrijven aan de verschillende verwachtingen van verschillende stakeholders tegelijk moeten beantwoorden, ze vaak tot economische trade-offs leiden, en bedrijven minder rechtstreekse controle hebben over productiesystemen in hun geheel omdat ze via globale ketens opereren.

Tegelijk biedt de creatie van maatschappelijke waarde steeds vaker een opportuniteit voor bedrijven omdat ze een onlosmakelijk, kenmerkend onderdeel van de geboden goederen en diensten wordt. (Een deel van) de consumenten kiest vaker voor producten en diensten die aan hogere sociale en milieunormen voldoen, precies omdat ze ook niet-economische waarde belichamen. Zo zijn fair-trade en bioproducten vandaag een gevestigd onderdeel van het aanbod in grootwarenhuizen en zijn er bedrijven die alternatieve vormen van toerisme via de markt aanbieden. Ook zien we nieuwe vormen van ondernemerschap ontstaan die uit een breder waaier aan resources putten (bv. Über en Air B&B). Deze nieuwe businessmodellen stellen de gevestigde rollen van staat, producenten en consumenten fundamenteel in vraag.

Inhoud

- Sociale economie, sociale ondernemingen en aanverwante concepten (bv. alternatieve economie, post-kapitalisme, duurzaamheid, MVO, mecenaat, filantropie)
- Historiek van sociale ondernemingen, doelen van sociale ondernemingen, regionale en nationale verschillen
- Managementpraktijken in sociale ondernemingen
- Diversiteit en nieuwe vormen van subjectiviteit in en door sociale ondernemingen
- Samenwerkingen tussen sociale ondernemingen en andere soorten actoren (de staat, bedrijven, lokale overheden, sociale bewegingen, universiteiten, enz.)
- De rol van derde partijen in waardeketens (labels en controleorganisaties) en procurement als middel om een socialere economie te bevorderen
- Post-kapitalistische praktijken, subjectiviteit, gelijkheid en inclusie
- Individuele competenties en skills van sociale/duurzame ondernemers (wat maakt dat deze ondernemers opportuniteiten zien om social impact first te plaatsen?)

Begincompetenties

Eindcompetenties

- 1 De student(e) kent de basisprincipes van sociaal ondernemerschap (social entrepreneurship, social intrapreneurship, social profit first, ...).
- 2 De student kan de raakvlakken en verschillen duiden tussen sociaal ondernemerschap en andere concepten als maatschappelijk verantwoord ondernemen, bedrijfsethiek, en duurzaamheid.
- 3 De student(e) kan de sociale rol van bedrijven, ondernemers en organisaties in de maatschappij duiden en beargumenteren.

- 4 De student(e) begrijpt de rol van de sociale economie in het bevorderen van alternatieve economische en sociale modellen, inclusie en solidariteit, en bredere processen van maatschappelijke verandering.
- 5 De student(e) kan stakeholdermanagement in functie van sociaal ondernemerschap toepassen, en kan de belangen van verschillende stakeholders in kaart brengen en verbinden met managementbeslissingen.
- 6 De student(e) maakt kennis met verschillende soorten wetenschappelijk onderzoek rond sociaal ondernemerschap, hun verschillende assumpties, doelstellingen en methodes.
- 7 De student(e) kan gebruik maken van de aangeleerde theorie om empirische gevalstudies te analyseren en kritisch te bespreken.
- 8 De student(e) kan aanbevelingen formuleren en presenteren om sociaal ondernemerschap verder te ontwikkelen.

Creditcontractvoorwaarde

De toegang tot dit opleidingsonderdeel via creditcontract is open: de student houdt zelf rekening met voorkennis uitgedrukt in begincompetenties

Examencontractvoorwaarde

Dit opleidingsonderdeel kan niet via examencontract gevolgd worden

Didactische werkvormen

Begeleide zelfstudie, Werkcollege, Hoorcollege, Zelfstandig werk

Toelichtingen bij de didactische werkvormen

* Hoorcolleges (15u): In de hoorcolleges komen concepten en principes aan bod die specifiek te maken hebben met sociaal ondernemerschap. Er wordt tijdens de hoorcolleges gezorgd voor enige interactie met de studenten, toch blijven deze colleges voornamelijk hoorcolleges.

* Werkcolleges (10u): De studentengroepen presenteren hun groepsprojecten aan de klas.

* (Begeleide) zelfstudie (10u): lectuuropdrachten ter voorbereiding van de hoorcolleges en het groepsproject.

* Zelfstandig werk (5u): groepsprojectwerk

Leermateriaal

Een selectie van wetenschappelijke teksten met betrekking tot de behandelde leerstof (beschikbaar via Blackboard), alsook de slides uit de hoorcolleges en werkcolleges.

Referenties

- Borzaga, C., & Galera, G. (2016). Innovating the provision of welfare services through collective action: the case of Italian social cooperatives. *International Review of Sociology*, 26(1), 31-47.
- Chell, E., Spence, L. J., Perrini, F., & Harris, J. D. (2016). Social entrepreneurship and business ethics: Does social equal ethical?. *Journal of Business Ethics*, 133(4), 619-625.
- Dacin, M. T., Dacin, P. A., & Tracey, P. (2011). Social entrepreneurship: A critique and future directions. *Organization Science*, 22(5), 1203-1213.
- Gibson-Graham, J. K. (1996a) 'Queer(y)ing Capitalist Organization', *Organization* 3 (4): 541-5.
- Gibson-Graham, J. K. (1996b) *The End of Capitalism (As We Knew It): A Feminist Critique of Political Economy*. Oxford: Blackwell.
- Gibson-Graham, J. K. (2003) 'Enabling Ethical Economies: Cooperativism and Class', *Critical Sociology*, 29(2): 123-61.
- Gibson-Graham, J. K. (2006) *Postcapitalist Politics*. Minneapolis, MN: University of Minnesota Press.
- Gibson-Graham, J. K. (2008) 'Diverse Economies: Performative Practices for Other Worlds', *Progress in Human Geography* 32(5): 613-32.
- Jackson, B., Nicoll, M., & Roy, M. J. (2018). The distinctive challenges and opportunities for creating leadership within social enterprises. *Social Enterprise Journal*, 14(1), 71-91.
- Kimmitt, J., & Muñoz, P. (2018). Sensemaking the 'social' in social

entrepreneurship. *International Small Business Journal*, 0266242618789230.

Lubberink R. (2019) *Social Entrepreneurship and Sustainable Development*. In: Leal Filho W., Azul A., Brandli L., Özuyar P., Wall T. (eds) *Decent Work and Economic Growth*. Encyclopedia of the UN Sustainable Development Goals. Springer, Cham.

Maas, K., & Grieco, C. (2017). Distinguishing game changers from boastful charlatans: Which social enterprises measure their impact?. *Journal of Social Entrepreneurship*, 8(1), 110-128.

Maier, F., Meyer, M., & Steinbereithner, M. (2016). Nonprofit organizations becoming business-like: A systematic review. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 45(1), 64-86.

McMullen, J. S., & Warnick, B. J. (2016). Should we require every new venture to be a hybrid organization?. *Journal of Management Studies*, 53(4), 630-662.

Peredo, A. M. & Chrisman, J. J. (2006). Toward a Theory of Community-Based Enterprise. *Academy of Management Review*, 31(2), 309-328.

Pless, N. M. (2012). Social entrepreneurship in theory and practice—An introduction. *Journal of Business Ethics*, 111(3), 317-320.

Roper, J., & Cheney, G. (2005). The meanings of social entrepreneurship today. *Corporate Governance: The international journal of business in society*, 5(3), 95-104.

Saffer, A. J., Yang, A., & Taylor, M. (2018). Reconsidering Power in Multistakeholder Relationship Management. *Management Communication Quarterly*, 32(1), 121-139.

Zahra, S. A., Gedajlovic, E., Neubaum, D. O., & Shulman, J. M. (2009). A typology of social entrepreneurs: Motives, search processes and ethical challenges. *Journal of business venturing*, 24(5), 519-532.

Zahra, S. A., & Wright, M. (2016). Understanding the social role of entrepreneurship. *Journal of Management Studies*, 53(4), 610-629.

Vakinhoudelijke studiebegeleiding

Persoonlijk en via Blackboard, e-mail, en op mondelinge afspraak bij de verantwoordelijke lesgever

Evaluatiemomenten

niet-periodegebonden evaluatie

Evaluatievormen bij periodegebonden evaluatie in de eerste examenperiode

Evaluatievormen bij periodegebonden evaluatie in de tweede examenperiode

Evaluatievormen bij niet-periodegebonden evaluatie

Werkstuk

Tweede examenkans in geval van niet-periodegebonden evaluatie

Examen in de tweede examenperiode is mogelijk

Toelichtingen bij de evaluatievormen

Mondelinge presentatie tijdens werkcolleges;

Indienen van een individuele paper.

Eindscoreberekening

Mondelinge presentatie: 30% (collectief cijfer)

Werkstuk (individuele paper): 70% (individueel cijfer)

Faciliteiten voor werkstudenten

Ja, vervangende opdracht voor groepsproject mogelijk via persoonlijke afspraken met de docent